

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Adi, Rifky Nugroho. 2013. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online*”. (Skripsi S-1 Jurusan Ekonomi ). Semarang : FEB UNDIP.
- Ainur Rofiq. 2007. “Pengaruh Dimensi Kepercayaan Terhadap Partisipasi Pelanggan E- commerce (Studi Pada Pelanggan E-commerce Di Indonesia). Tesis FPS Universitas Brawijaya Malang.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. 2014. Jumlah Angkatan Kerja, Penduduk Bekerja, Pengangguran, TPAK dan TPT, 1986–2013. [http://www.bps.go.id/tab\\_sub/view.php/excel.php?id\\_subyek=28%20&notab=1](http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php/excel.php?id_subyek=28%20&notab=1) (Diakses 2 Maret 2015 pukul 08.30).
- Basu Swastha dan Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta. Liberty
- Chaudhuri, a, and Holbrook, B. 2001. “The chain and of effect from brand trust and brand effect to brand performance; the role of brand loyalty,” *Jurnal of Marketing*, Vol 65, April, p. 81-93.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Dharmesta dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua. Yogyakarta. Liberty.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Handono, Lisa. 2004. “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan Terhadap Jasa Kontraktor CV*. Anugerah Jaya Surabaya, Skripsi Petra, Malang.
- Hermann, et al. 2007. “*The social influence of brand community: evidence from European car clubs*”, *Jurnal of Marketing*, Vol.69, p 19-34

- Ielmy.2013. *Arti Manajemen*. <https://ielmy.wordpress.com/other/definisi-manajemen/>. Diakses tanggal 24 Maret 2015 pukul 21:12
- Kotler, P,& Gary Amstrong. 2007. *Prinsip Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa Sabran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2003. *Manajemen Pemasaran*, PT. Indeks, Jakarta
- Krisnawati, Yuke dan Fajrianthi, 2010. *Analisis Perbedaan Tingkat Membeli Melalui Media Internet (Online Shopping) Ditinjau dari Tipe Gaya Hidup pada Konsumen Pengguna Internet*. Dalam INSAN Vol.12 No.03 2010 (online) (<http://scholar.google.co.id>)
- Laohapensang, O. 2009. “*factor ibfluencing internet shopping behaviour: a survey of consumers in Thailand*”. Jurnal of fashion marketing and management vol.13 No 4, 2009 pp.501-513.
- Marhadi dan Aida, N. 2014. *Analisis Pengaruh Kreativitas Terhadap Iklan dan Kredibilitas Endorser Terhadap Brand Attitude Pada Produk Handphone Android di Kota Pekanbaru*. Jurnal Ekonomi. Fakultas Ekonomi Universitas Riau.
- Mowen, J.C dan Minor ,M 2002. *Perilaku konsumen. Alih Bahasa Lina Salim, Jilid 1 dan 2 Edisi Kelima*, Jakarta: PT. Erlangga.
- Ollie. 2008. *Membuat Toko Online dengan Multiply*. Jakarta: Media Kita.
- Pratiwi, Dwi Haning, 2013. “*Online Shop Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa Unnes*”.(Skripsi S-1 Jurusan Sosiologi dan Antropologi).Semarang :FIS. UNNES.
- Rachman, A.A, Leonardo, B.H, & Marina, M.M, 2015. *Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Obat Nyeri Sendi Viostin DS di Ungaran*. Jurnal ekonomi. Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran.
- Riadi, Vikih. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus pada PT. Merpati Nusantara Airlines Semarang*, Jurnal Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Dian Nuswantoro.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sukma, Abdurrahman Adi, 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Social Networking Websites*, Jurnal Ekonomi manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Suprihatini, L. 2012. Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelia Produk Fashion Yang Ditawarkan Melalui Social Networking (Studi kasus Pada User Facebook Di Kota Tanjungpinang) [Online]. Tersedia: [riset.umrah.ac.id/?p=54](http://riset.umrah.ac.id/?p=54) [1 Maret 2015]
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andy Offset